Initiative des Innovateurs énergétiques

Des économies d'argent et d'énergie

Guide de mise en œuvre d'un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique

Ressources naturelles Canada
Natural Resources Canada

Canada

La mosaïque numérique du Canada, réalisée par Ressources naturelles Canada (Centre canadien de télédétection), est une image composite constituée de plusieurs images satellites. Les couleurs reflètent les différences de densité de la couverture végétale : vert vif pour la végétation dense des régions humides du sud; jaune pour les régions semi-arides et montagneuses; brun pour le Grand Nord où la végétation est très clairsemée; et blanc pour les régions arctiques.

Des économies d'argent et d'énergie :
Guide de mise en œuvre d'un programme
de sensibilisation à l'efficacité énergétique
Mars 2004
N° de cat. M144-22/2003F
ISBN 0-662-75474-3

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 2004

Pour obtenir des exemplaires supplémentaires
de cette publication, veuillez communiquer avec :

Initiative des Innovateurs énergétiques
Office de l'efficacité énergétique
Ressources naturelles Canada
580, rue Booth
Ottawa (Ontario) K1A 0E4
Téléphone : (613) 947-0971
Télécopieur : (613) 947-4121
Courriel : info.services@rncan.gc.ca
Site Web : oee.rncan.gc.ca/iie

Also available in English under the title:
Saving Money Through Energy Efficiency: A Guide to
Implementing an Energy Efficiency Awareness Program

Papier recyclé

106-00876/

Table des matières

Préface	3
Introduction	4
Approche par étapes	6
Étape 1. Rallier les intervenants	**10**
1.1 Obtenir l'engagement de la haute direction	10
1.2 Désigner un directeur de programme	10
1.3 Former l'équipe de travail	10
1.4 Recruter un champion de l'efficacité énergétique	11
Étape 2. Déterminer les possibilités du programme de sensibilisation	**12**
2.1 Déterminer les activités offrant les meilleures possibilités d'économies d'énergie	12
2.2 Établir un niveau de référence en matière de sensibilisation à l'efficacité énergétique	13
Étape 3. Établir les objectifs du programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique	**14**
3.1 Établir des objectifs d'économies d'énergie	14
3.2 Établir des objectifs de sensibilisation	14
Étape 4. Élaborer un plan de communication	**16**
4.1 Déterminer les objectifs de communication	16
4.2 Évaluer les moyens de communication actuels	16
4.3 Déterminer les publics cibles	17
4.4 Prévoir les difficultés	18
4.5 Concevoir les messages	18
4.6 Déterminer les outils de communication	20
Étape 5. Mettre en œuvre votre programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique	**26**
5.1 Lancer le programme	26
Step 6. Évaluer votre programme	**28**
6.1 Adopter une approche d'évaluation	28
Step 7. Suivre les progrès et rendre compte des résultats	**30**
Step 8. Effectuer le suivi	**31**
8.1 Renforcer le message	31
8.2 Adapter l'approche	31
8.3 Faire connaître les réussites	31
En apprendre davantage	32

Les différentes sections de ce guide proposent des sites Web qui renferment des renseignements utiles sur l'efficacité énergétique. Recherchez ce symbole : ↖ Toutes les adresses Web sont indiquées en caractères gras.

Certains de ces sites offrent des produits ou des services, mais Ressources naturelles Canada (RNCan) ne cautionne aucune entreprise en particulier. Nous indiquons ces sites Web uniquement pour l'information qu'ils donnent.

À l'instar d'autres publications de l'Office de l'efficacité énergétique (OEE), ce guide est offert en formats HTML ou PDF ou en version imprimée aux adresses **oee.rncan.gc.ca/publications** et **oee.rncan.gc.ca/iie/publications.cfm**.

PRÉFACE

Ce guide décrit une approche par étapes visant la conception et la mise en œuvre d'un programme rentable de sensibilisation à l'efficacité énergétique. L'information vous aidera à planifier et à mettre en œuvre un programme de sensibilisation visant à répondre aux besoins de votre organisation, quelle que soit sa taille. Pour vous aider à commencer, nous avons inclus des conseils pratiques et utiles. Ce guide étant fondé sur une approche par étapes, vous pouvez l'appliquer dans son entièreté ou décider de ne mettre en œuvre que certains concepts ou éléments.

Le changement climatique est considéré comme le plus grand défi environnemental et économique auquel le monde actuel est confronté – un défi exigeant une intervention sur de nombreux fronts. Le gouvernement du Canada joue un rôle prépondérant dans la création d'initiatives appuyant l'engagement du Canada à accroître l'efficacité énergétique, à réduire les émissions de gaz à effet de serre et à s'adapter aux répercussions des changements climatiques.

L'Office de l'efficacité énergétique (OEE) de Ressources naturelles Canada (RNCan) a tous les éléments dont vous avez besoin pour économiser de l'énergie et de l'argent tout en contribuant à la protection de l'environnement. Grâce à ses nombreux programmes s'adressant aux secteurs résidentiel, commercial et industriel et à celui des transports, le gouvernement du Canada propose un large éventail d'outils pour aider les Canadiens ainsi que les industries, les entreprises et les institutions canadiennes à améliorer leur efficacité énergétique.

L'Initiative des Innovateurs énergétiques (IIE) de l'OEE aide les entreprises du secteur commercial et les établissements publics à étudier les options et les stratégies en matière d'efficacité énergétique. L'IIE donne accès aux outils, à l'information, aux services et aux appuis financiers permettant de stimuler l'élaboration et la mise en œuvre d'améliorations des bâtiments.

Pour vous renseigner sur les moyens à la portée de votre entreprise du secteur commercial ou de votre établissement public afin d'améliorer son efficacité énergétique, consultez le site Web de l'IIE à l'adresse **oee.rncan.gc.ca/iie**.

Pour vous renseigner sur les mesures à prendre afin d'économiser de l'énergie – et de l'argent – à la maison, au travail et sur la route, consultez le site Web de l'OEE à l'adresse **oee.rncan.gc.ca**.

Pour obtenir plus de renseignements sur les changements climatiques, consultez le site Web du gouvernement du Canada à l'adresse **www.changementsclimatiques.gc.ca**.

INTRODUCTION

En tant que gestionnaire de bâtiments, vous êtes constamment devant le dilemme de trouver de nouvelles façons de réduire les coûts sans compromettre le service. Un nombre croissant d'organisations comme la vôtre réduisent leurs coûts en améliorant leur efficacité énergétique.

L'adoption de l'efficacité énergétique dans le milieu de travail peut aider à améliorer votre rentabilité en réduisant les coûts d'exploitation de votre organisation, en améliorant le confort dans le milieu de travail et en protégeant l'environnement. L'efficacité énergétique permet non seulement de réaliser des économies, mais aussi de réduire les émissions nocives de gaz à effet de serre qui contribuent aux changements climatiques.

Un programme de sensibilisation complet peut appuyer et renforcer les objectifs d'ensemble d'une initiative en matière d'efficacité énergétique. Ce genre de programme peut présenter les avantages suivants :

- faire mieux comprendre les avantages de l'efficacité énergétique;
- établir un lien entre, d'une part, les activités et comportements individuels et, d'autre part, l'utilisation de l'énergie et les économies possibles;
- encourager les utilisateurs à modifier les comportements qui influencent la consommation d'énergie;
- réduire la consommation d'énergie et économiser de l'argent.

CONSEIL Les conseils sur les économies d'énergie reçus au travail peuvent s'appliquer à la maison. Le fait de montrer au personnel comment réaliser des économies sur leurs factures d'énergie personnelles est un excellent moyen de l'intéresser au programme d'efficacité énergétique de votre organisation et d'obtenir son soutien.

Ce qu'ils ont affirmé...

« Le simple fait d'éteindre les lampes allumées inutilement représente le moyen le plus efficace et le plus facile de réaliser des économies. Chaque dollar économisé sur l'exploitation des bâtiments représente plus d'argent à dépenser pour les soins des patients. »

– « Engineering and Maintenance »
KGH Spectrum, vol. 7, n° 21, 23 novembre 1998

« L'économie d'énergie est une question locale. Dans un commerce de détail regroupant plus de 350 magasins, cela signifie que l'on doit sensibiliser et rallier les gestionnaires locaux, qui se préoccupent généralement davantage de la promotion des ventes que des aspects techniques. Par ses présentations itinérantes sur l'énergie et son programme d'encouragement, Zellers est parvenue à faire de l'économie d'énergie un sujet de préoccupation permanent. »

– Fred Ware, C.E.T., Gestionnaire supérieur de l'Énergie, l'Environnement, les Initiatives en approvisionnement et l'Exploitation des magasins, Zellers Inc.

Dans l'ensemble, le succès d'une initiative en matière d'efficacité énergétique dépend de la collaboration, de l'acceptation et de l'engagement de chacun des utilisateurs de l'organisation – qu'il s'agisse du personnel et des élèves d'une école ou des étudiants d'un collège ou d'une université; du personnel, des patients et des visiteurs d'un établissement de santé; des clients d'un magasin ou d'un restaurant; des employés qui travaillent dans une tour de bureaux.

Un programme de sensibilisation peut présenter d'autres avantages :

- augmenter la productivité et remonter le moral grâce à un projet rassembleur visant l'atteinte d'un objectif commun;
- contribuer à un environnement plus sain grâce à la réduction des émissions de gaz à effet de serre;
- améliorer la réputation de l'organisation en tant que leader de la gérance de l'environnement au sein de la collectivité.

Un programme de sensibilisation efficace vous offre une occasion facile, peu coûteuse et peu risquée de diminuer les coûts d'exploitation de votre organisation. Grâce à un plan de gestion de l'énergie à long terme (pour plus d'information, consultez l'encadré « Ateliers "Le gros bon $ens" » ci-contre), votre établissement peut réaliser des économies de coûts qui se perpétueront au fil des ans et permettront de libérer des fonds d'exploitation et d'entretien.

Ateliers « Le gros bon $ens »

L'OEE de RNCan offre une série d'ateliers de gestion de l'énergie afin d'aider à diminuer les coûts d'exploitation et de production, de réduire les émissions de gaz à effet de serre, d'améliorer l'efficacité des opérations et de créer un meilleur milieu de travail. Pour plus d'information, consultez le site Web à l'adresse **oee.rncan.gc.ca/ateliers**.

APPROCHE PAR ÉTAPES

Ce guide est structuré selon une série d'étapes que vous pouvez suivre afin d'établir le cadre d'un programme complet de sensibilisation à l'efficacité énergétique. Votre programme de sensibilisation peut être aussi simple ou diversifié que le permettent vos ressources. De nombreuses activités suggérées dans ce guide peuvent permettre d'accroître la sensibilisation et de réduire la consommation d'énergie sans engager de dépenses ou d'efforts importants. Les idées et les suggestions présentées ici peuvent être adaptées et personnalisées en vue de répondre aux besoins particuliers de votre organisation. La figure 1 présente un cadre complet pour la mise en œuvre d'un programme de sensibilisation. Vous pouvez choisir de suivre ce cadre étape par étape ou opter pour un cadre de moindre envergure.

Collaborer avec un conseiller en énergie

De nombreuses organisations engagent des conseillers en énergie et d'autres professionnels pour les aider à réduire leur consommation d'énergie et les coûts qui y sont reliés. En général, les économies d'énergie permettent de payer les travaux de modernisation des bâtiments. Les conseillers en énergie peuvent fournir une gamme complète de services, notamment un appui pour la mise en œuvre d'une campagne de sensibilisation. Assurez-vous que votre organisation collabore avec un conseiller en énergie qui peut vous aider à mener à bien votre programme.

Ce qu'ils ont réalisé...

Le district scolaire nº 43 (Coquitlam) en Colombie-Britannique participe au programme Destination Conservation, qui aide les écoles à élaborer des initiatives d'économie d'énergie, notamment une initiative de sensibilisation mettant à contribution le personnel, les élèves et les parents. Chaque année, ce district scolaire organise une cérémonie de remise de prix et chaque école reçoit un chèque représentant 25 p. 100 de ses économies d'énergie annuelles brutes. En 2001, 45 écoles se sont partagé 115 000 $ en prix. Pour en apprendre davantage sur le programme Destination Conservation, voir l'encadré « Des économies pour les écoles ».

Des économies pour les écoles

Destination Conservation (DC) est un programme pratique qui propose des activités stimulantes de sensibilisation à l'environnement dans les écoles. Non seulement il associe apprentissage pratique et conservation des ressources, il permet aussi aux districts scolaires d'économiser de l'argent.

DC fait intervenir les élèves et le personnel pour économiser l'énergie et préserver les ressources dans leur école. Les volets pédagogiques de ce programme sont mis en œuvre en partenariat avec les entreprises de services publics et les fournisseurs de services d'efficacité énergétique. En plus de donner des conseils techniques spécialisés, ces partenaires permettent d'apporter les modifications matérielles grâce auxquelles les écoles réduisent considérablement la consommation d'énergie et d'eau et la production de déchets.

Pour en apprendre davantage, visitez le site Web de DC à l'adresse **www.dcplanet.org/fran%8Dais**.

Figure 1. Cadre pour un plan de sensibilisation à l'efficacité énergétique

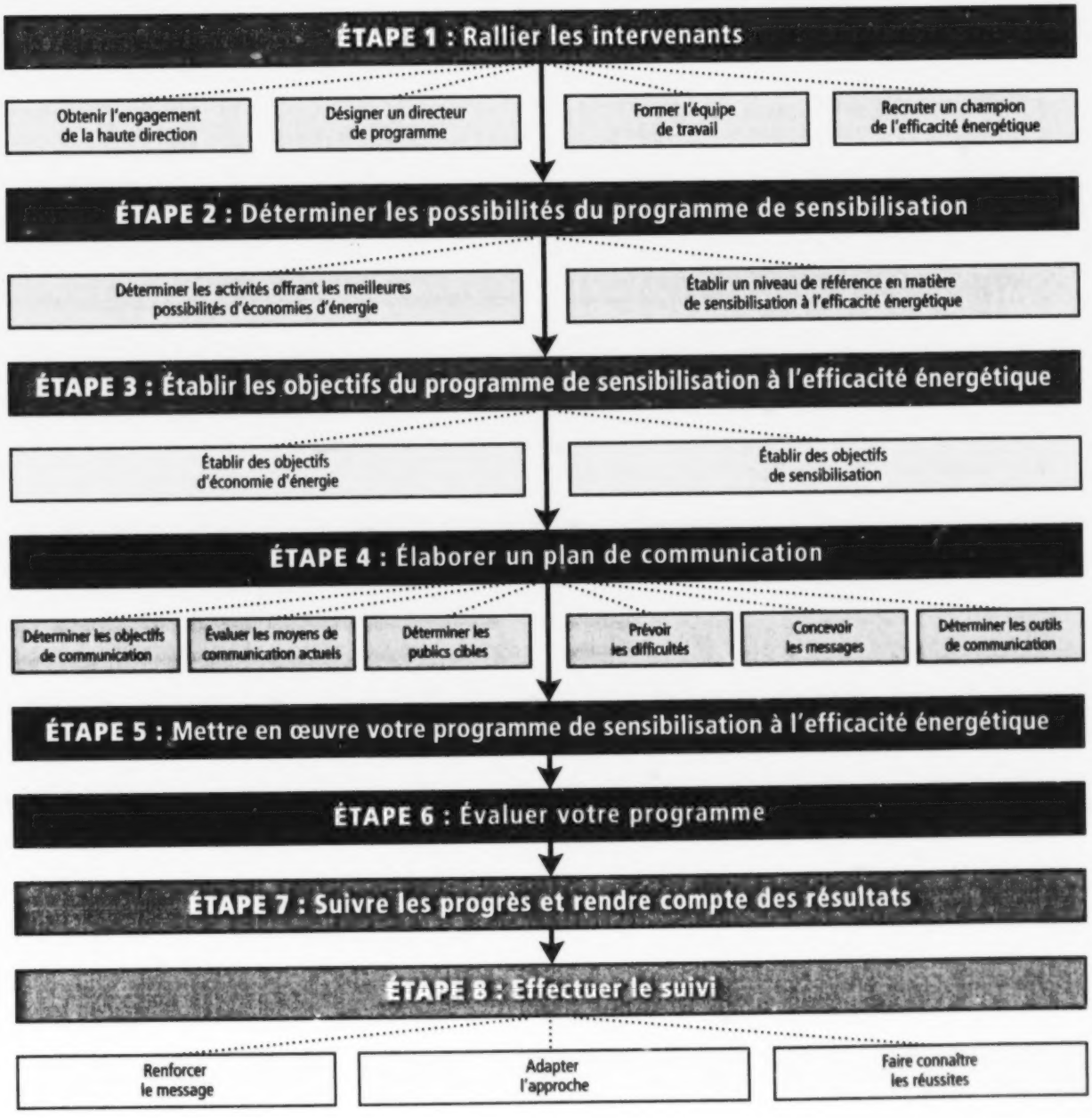
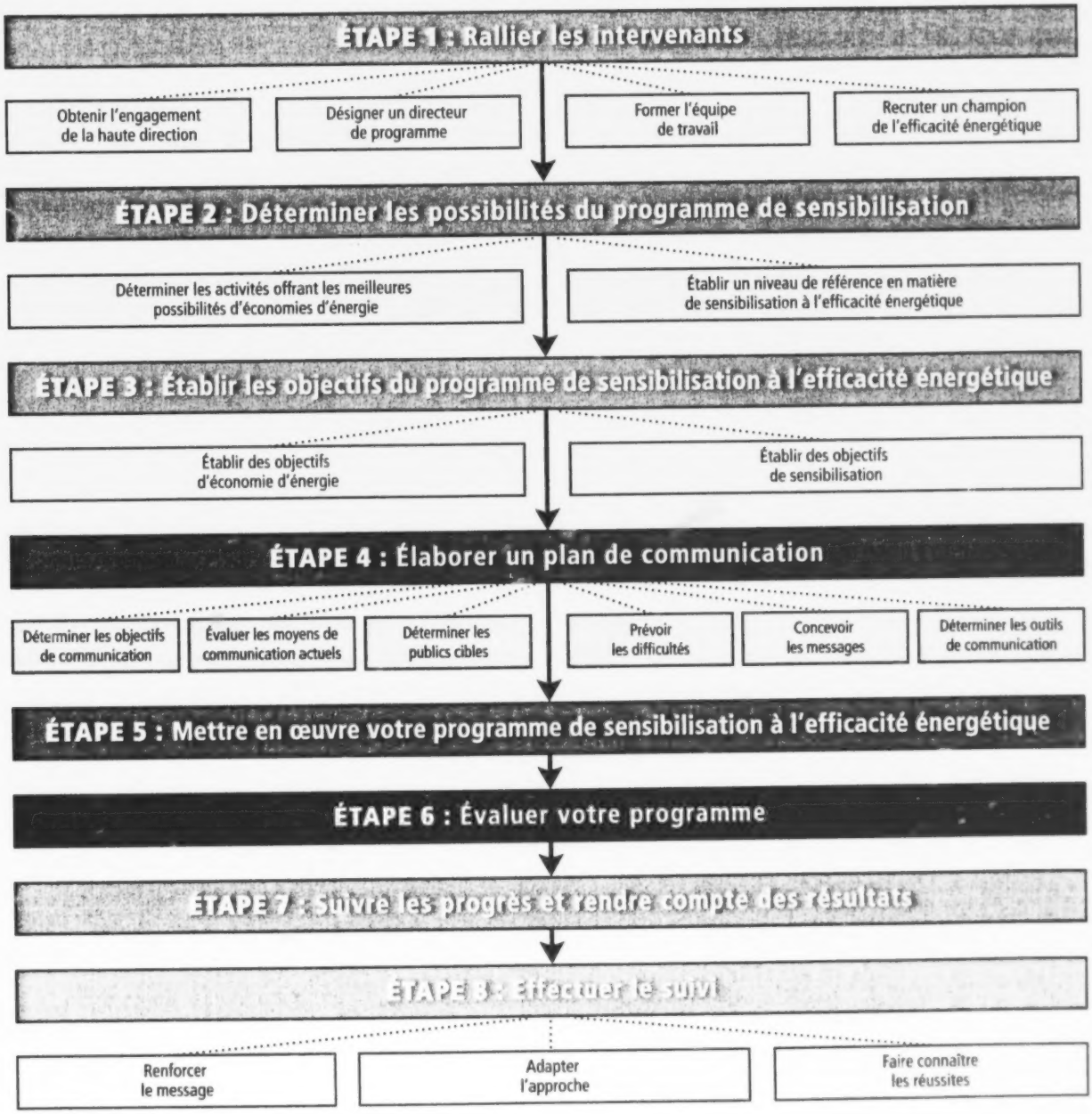


Figure 1. Cadre pour un plan de sensibilisation à l'efficacité énergétique



Calendrier

Une fois que vous comprendrez bien les diverses étapes déterminées dans le cadre, établissez un calendrier afin d'élaborer votre programme de sensibilisation. Le temps nécessaire à chaque étape variera selon les éléments suivants :

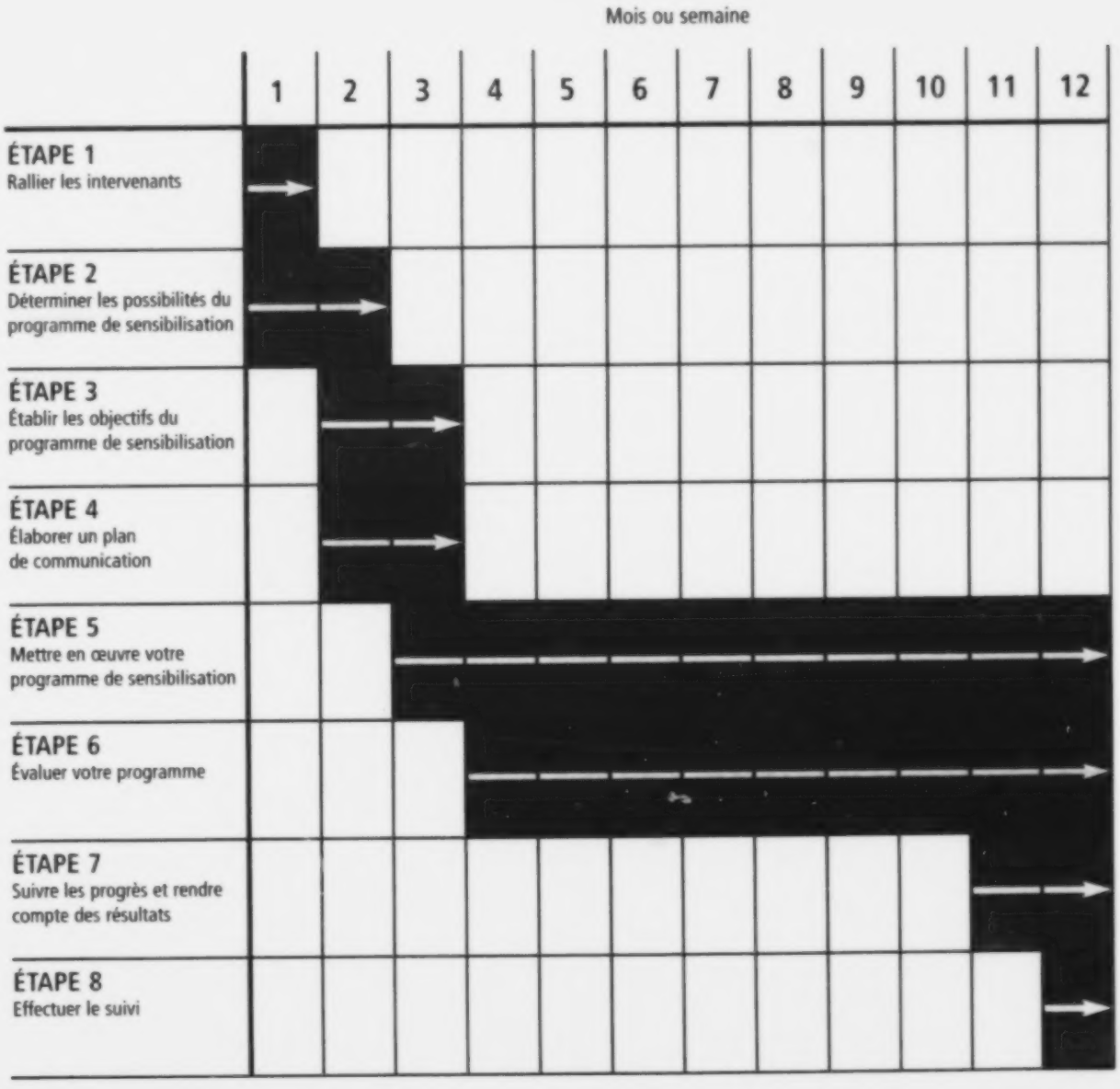
- la taille de votre organisation;
- le nombre d'employés ou d'utilisateurs des bâtiments;
- la vocation des bâtiments et les heures d'utilisation;
- la portée et la complexité de votre programme.

N'oubliez pas que votre calendrier doit rester souple afin de s'adapter aux circonstances. Nous présentons un modèle de calendrier à la page 9.

Ce qu'ils ont réalisé...

Le succès véritable découle d'une modification permanente de l'attitude des participants. En collaboration avec Nova Scotia Power Inc., le conseil scolaire régional de Cap Breton-Victoria a mis sur pied un programme appelé « Power to the Students », visant à renseigner les élèves sur l'efficacité énergétique et les mesures à prendre pour réduire la consommation d'énergie. Au terme du programme, les élèves et les enseignants étaient plus conscients que jamais auparavant de l'importance de mesures simples pour la protection de l'environnement, par exemple, le fait d'éteindre les lumières quand ils n'en ont pas besoin.

Modèle de calendrier pour un programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique



ÉTAPE 1

Rallier les intervenants

Sous-étapes

1.1 Obtenir l'engagement de la haute direction
1.2 Désigner un directeur de programme
1.3 Former l'équipe de travail
1.4 Recruter un champion de l'efficacité énergétique

Une campagne de sensibilisation peut faire partie intégrante du plan d'ensemble de gestion de l'énergie de votre organisation. Le succès de sa mise en œuvre peut vous inciter à envisager une approche globale incluant des améliorations techniques. D'une façon ou d'une autre, au moment de lancer votre programme de sensibilisation, il importe d'obtenir l'assentiment de la haute direction, de réunir une équipe composée des bonnes personnes et de répartir les responsabilités pour la mise en œuvre du programme. Rappelez-vous que les sous-étapes et leur ordre peuvent varier selon l'organisation et son mode de fonctionnement.

1.1 Obtenir l'engagement de la haute direction

Il est essentiel d'obtenir dès que possible le soutien continu de la haute direction afin d'assurer le succès de votre programme, car le fait de signaler que la direction appuie la campagne et demande le soutien des employés permet d'accroître la crédibilité du programme. Des messages de promotion du programme émis par la haute direction et fournissant des mises à jour constituent une façon de démontrer cet engagement.

1.2 Désigner un directeur de programme

Il serait intéressant que la direction désigne publiquement une personne chargée de lancer le programme de sensibilisation et de surveiller sa planification et sa mise en œuvre. Cette personne devra disposer des ressources et de l'autorité lui permettant de réaliser le programme. Une autre option consiste à confier la tâche à un agent de projets spéciaux.

1.3 Former l'équipe de travail

Lorsque vous formez votre équipe, assurez-vous d'inclure des personnes ayant une gamme étendue de compétences, de connaissances et d'intérêts et provenant de tous les secteurs de l'organisation. Ainsi, vous garantirez une bonne compréhension des diverses activités consommatrices d'énergie au sein de l'organisation et disposerez de porte-parole représentant divers programmes et services.

Bureau de la durabilité écologique de la UBC

En 1998, l'Université de la Colombie-Britannique (UBC) a ouvert le premier bureau de la durabilité écologique sur un campus au Canada. Ce bureau est voué à la promotion sur le campus des pratiques respectueuses de l'environnement, viables sur le plan financier et conformes aux valeurs des membres de la communauté universitaire. Il aide la UBC à donner l'exemple en assurant le développement durable et en tirant parti de la recherche, de l'enseignement et de ses méthodes de fonctionnement pour transmettre à ses diplômés et à ses employés des valeurs axées sur le développement durable.

Le bureau est financé entièrement au moyen des économies réalisées grâce à ses programmes de réduction de la consommation d'énergie. Pour en apprendre davantage, consultez le site Web du bureau de la durabilité écologique du campus de la UBC, à l'adresse **www.sustain.ubc.ca**.

Votre équipe pourrait inclure des représentants des groupes suivants :

- le personnel de première ligne, par exemple, des infirmières dans un hôpital, des enseignants et des étudiants dans un établissement d'enseignement, des représentants du service à la clientèle dans une banque ou un commerce de détail ou encore des serveurs dans un restaurant;
- le personnel d'administration et de soutien, notamment les employés chargés de la gestion des dossiers, des finances et des technologies de l'information;
- le personnel technique ou d'exploitation des installations;
- le personnel chargé du nettoyage et de l'entretien;
- la direction;
- le personnel des relations publiques, de la commercialisation ou de la planification des activités spéciales;
- les bénévoles.

Favorisez la collaboration en confiant des tâches particulières aux membres de l'équipe et en vous assurant que les responsabilités et les rôles sont clairs et approuvés. Les tâches pourraient inclure les activités suivantes :

- la révision et l'évaluation d'autres initiatives à l'échelle de votre organisation, dans le but de rechercher des occasions éventuelles supplémentaires;
- la coordination des activités et des manifestations spéciales;
- la conception des documents imprimés;
- la création des produits publicitaires;
- la rédaction d'articles pour des bulletins, de notes de service, etc.;
- la communication régulière avec le personnel et les occupants des bâtiments au sujet des progrès réalisés;
- la collaboration avec le personnel d'exploitation et de gestion afin de suivre la consommation et les économies d'énergie.

Si les membres que vous choisissez travaillent dans divers secteurs et exercent diverses fonctions au sein de votre organisation, la détermination et la répartition des tâches se feront naturellement. Par exemple, le personnel des relations publiques peut s'occuper de la conception du matériel publicitaire.

Ce qu'ils ont réalisé...

L'Université de la Colombie-Britannique (UBC) a ouvert un bureau de la durabilité écologique sur son campus. Elle a aussi recruté dans les différents départements plus de 100 coordonnateurs qui aident à transmettre à tous les départements de l'information sur les mesures que peuvent prendre les occupants des bâtiments pour réduire la consommation d'énergie sur le campus, en plus de les tenir au courant des projets d'amélioration de l'efficacité énergétique et des résultats obtenus. (Pour en apprendre davantage sur le bureau de la durabilité écologique de la UBC, voir l'encadré de la page 10.)

Beaucoup d'organisations comptent nombre de comités traitant d'une variété de sujets, notamment des questions environnementales. Dans certains cas, ces comités pourraient être intéressés à relever le défi de la sensibilisation à l'efficacité énergétique. Sinon, les comités actuels pourraient constituer le point de départ d'un nouveau comité axé sur la sensibilisation à l'efficacité énergétique.

1.4 Recruter un champion de l'efficacité énergétique

La sélection d'un « champion » représentant votre programme est essentielle à l'atteinte des objectifs de votre campagne. À ce titre, vous pourriez souhaiter recruter un membre de la haute direction, car cette personne aura l'influence nécessaire au démarrage de la campagne. Il serait souhaitable que votre champion soit une personne enthousiaste et dévouée, et ce, pour que l'efficacité énergétique soit considérée comme importante. Le champion devrait être prêt à devenir le porte-parole du programme en tant que personne reconnue et associée publiquement au programme de sensibilisation, tant dans l'établissement que dans la collectivité.

CONSEIL S'il y a lieu, intégrez des clients dans l'équipe, afin d'enrichir les discussions de nouveaux points de vue.

ÉTAPE 2

Déterminer les possibilités du programme de sensibilisation

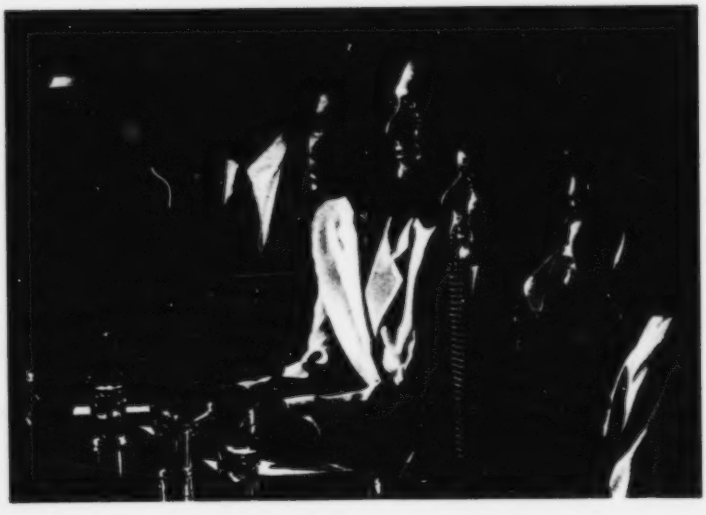
Sous-étapes

2.1 Déterminer les activités offrant les meilleures possibilités d'économies d'énergie

2.2 Établir un niveau de référence en matière de sensibilisation à l'efficacité énergétique

Ce qu'ils ont réalisé...

Grâce à l'appui financier du programme À LA SOURCE du ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, le London Health Sciences Centre a embauché un adjoint à la recherche pour six mois afin d'aider les gestionnaires de l'énergie de ses hôpitaux de London. Le mandat de cet adjoint consistait notamment à évaluer les propositions de la société de gestion de l'énergie, à transmettre aux occupants des bâtiments de l'information sur les programmes énergétiques et à rechercher et à élaborer des stratégies de mise en œuvre (voir l'encadré ci-après).



2.1 Déterminer les activités offrant les meilleures possibilités d'économies d'énergie

Si vous savez comment, où et par qui est utilisée l'énergie, il vous sera plus facile de vous concentrer sur les activités qui produiront les meilleurs résultats. L'information sur la consommation actuelle d'énergie de votre organisation fournit une référence de base en matière de consommation d'énergie, permettant de déterminer les objectifs du programme de sensibilisation. De plus, elle vous aide à établir certains indicateurs grâce auxquels vous pourrez évaluer le programme plus tard.

Si votre organisation procède actuellement à une amélioration de l'efficacité énergétique, vous disposez peut-être déjà d'une analyse de l'utilisation de l'énergie. Vous pourriez désigner une sous-équipe, formée notamment d'un représentant de l'exploitation des installations qui travaillerait de concert avec le bon représentant de l'exploitation et de l'entretien, afin de coordonner les besoins d'information. Cette sous-équipe pourrait également envisager un mode de surveillance et de suivi de toute modification de l'utilisation de l'énergie découlant des activités de sensibilisation.

L'analyse relative à l'utilisation de l'énergie permettra de mettre en évidence les services les plus susceptibles d'engendrer des économies d'énergie par l'entremise de mesures n'entraînant que peu ou pas de frais, que les utilisateurs des bâtiments pourront facilement mettre en œuvre.

À LA SOURCE

À LA SOURCE, un programme du ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, offre une aide qualifiée dans de nombreux domaines pendant au plus six mois. En vertu de ce programme, la contribution de l'employeur au salaire du professionnel embauché est de 100 $ par semaine. Pour plus d'information, consultez le site Web À LA SOURCE, à l'adresse **www.epi.ca**.

2.2 Établir un niveau de référence en matière de sensibilisation à l'efficacité énergétique

Le succès de votre programme se mesurera non seulement en fonction de la réduction des coûts d'énergie de votre organisation, mais également de l'augmentation du niveau de sensibilisation à l'efficacité énergétique dans votre milieu de travail.

Pour évaluer le succès de votre programme à un stade ultérieur, il faudrait déterminer un niveau de référence de sensibilisation à l'efficacité énergétique au sein de votre organisation. Afin d'établir ce niveau de référence, vous pourriez distribuer un court questionnaire sur la sensibilisation à l'efficacité énergétique pour saisir le niveau de connaissance des questions d'énergie et des mesures d'efficacité au sein de votre organisation, avant le début du programme. Vous trouverez plusieurs questions modèles ci-contre. Utilisez l'information recueillie comme niveau de référence de la sensibilisation dans votre organisation. Vous pourrez distribuer ce même questionnaire après la mise en œuvre du programme et comparer les résultats afin de déterminer les répercussions globales de votre campagne.

Conseils concernant la réalisation de sondages

- Les questionnaires devraient être courts – une à deux pages, tout au plus.
- On recommande de formuler surtout des questions à choix multiple, ou auxquelles on peut répondre par « oui ou non » ou « vrai ou faux », et de ne poser que quelques questions ouvertes.
- Afin d'accroître la participation au sondage, les organisateurs devraient encourager le renvoi du questionnaire en offrant, par exemple, un prix dont le tirage serait effectué parmi tous ceux qui auront rempli et retourné le questionnaire.

Votre objectif est d'obtenir un portrait relativement exact de l'effectif de votre organisation. Plus le pourcentage des personnes de votre organisation qui participent au sondage est élevé, plus les résultats seront exacts. Il n'est pas nécessaire d'interroger chaque personne; il est plus important de s'assurer d'obtenir un échantillon représentatif des différents services.

Vous trouverez à l'étape 6 de l'information supplémentaire sur la réalisation de sondages et d'évaluations.

Exemples de questions destinées à un questionnaire de sensibilisation

- Croyez-vous que la gestion de l'énergie constitue une question importante à [nom de l'organisation]?
- Sur une échelle de 1 à 10 (10 étant l'appréciation la plus élevée), quelle est, selon vous, l'importance de la gestion de l'énergie au sein de [nom de l'organisation]?
- Avez-vous entendu parler du programme de gestion de l'énergie de [nom de l'organisation]?
- Savez-vous si des projets d'économie d'énergie ont été mis en œuvre ou sont en cours au sein de [nom de l'organisation]? Dans l'affirmative, quels sont-ils?
- Pensez-vous que chaque employé a une influence sur l'utilisation de l'énergie au sein de [nom de l'organisation]? Dans l'affirmative, quelles mesures pouvez-vous prendre pour économiser de l'énergie?
- Le fait d'éteindre dix ordinateurs tous les soirs et les week-ends pendant un an permettrait d'économiser 250 $, 750 $ ou 1 500 $?
- À la fin de la journée, éteignez-vous l'équipement électronique (ordinateur, imprimante, éclairage, photocopieur, etc.) que vous utilisez ou dont vous avez la responsabilité?
- Au travail, quelles mesures prenez-vous pour obtenir un bon rendement énergétique?
- À la maison, quelles mesures prenez-vous pour obtenir un bon rendement énergétique?
- Pouvez-vous envisager un moyen qui permettrait à [nom de l'organisation] d'améliorer son efficacité énergétique?

Mesures d'économie n'entraînant que peu ou pas de frais

Chaque ordinateur que l'on éteint quand il ne sert pas permet de réaliser des économies annuelles pouvant atteindre 75 $ en frais d'énergie. Ce montant, multiplié par le nombre d'ordinateurs de votre organisation, peut devenir élevé. Par exemple, le fait d'éteindre 150 ordinateurs tous les soirs et les week-ends permettrait d'économiser plus de 11 000 $ en un an et de réduire les émissions de gaz à effet de serre jusqu'à 170 kg.

Chaque ampoule incandescente que l'on éteint lorsqu'on n'en a plus besoin pourrait entraîner une économie annuelle d'environ 30 $. En plus de réduire le nombre d'ampoules à remplacer chaque année, cette mesure pourrait représenter des économies importantes pour votre organisation.

Ces estimations sont fondées sur les moyennes canadiennes des coûts d'énergie et tiennent compte des différences régionales en ce qui a trait aux sources d'énergie.

ÉTAPE 3

Établir les objectifs du programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique

Sous-étapes

3.1 Établir des objectifs d'économies d'énergie
3.2 Établir des objectifs de sensibilisation

Votre programme de sensibilisation a pour objectif sous-jacent de réallouer une partie de l'argent consacré à l'énergie aux domaines de votre organisation qui en ont le plus besoin, par exemple, les ressources pédagogiques, l'amélioration des soins aux patients, la modernisation des locaux pour les hôtels, les restaurants ou les magasins – ou même pour aider à réduire les prix des produits et services offerts à vos clients. En travaillant en équipe, vous pouvez établir des objectifs particuliers à votre programme de sensibilisation.

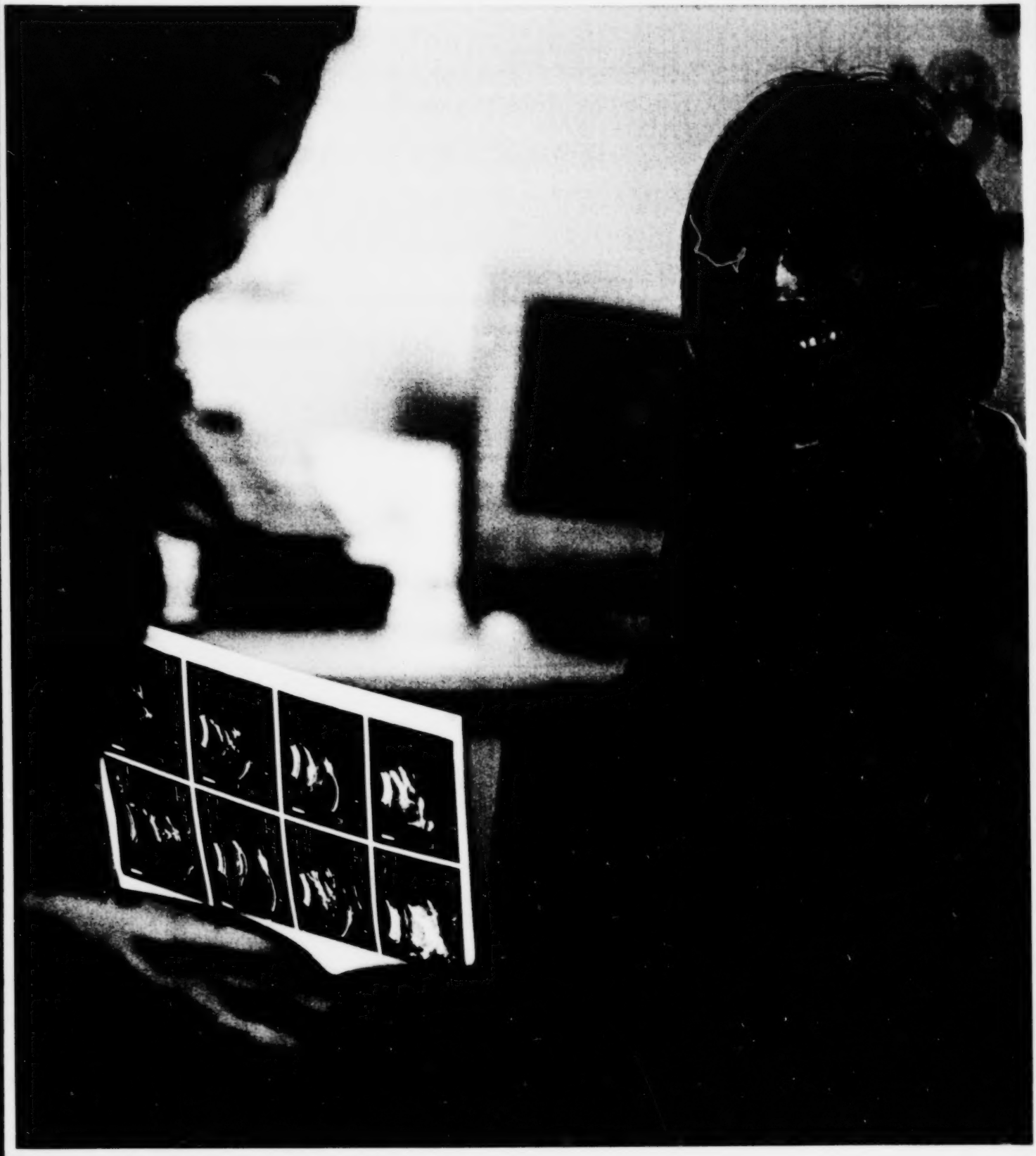
3.1 Établir des objectifs d'économies d'énergie

Un objectif de votre campagne pourrait être d'économiser, à une date donnée, une quantité d'énergie déterminée ou un montant d'argent, résultat des activités du programme de sensibilisation. Dans bon nombre de cas, il sera difficile d'établir à quelle activité on peut attribuer les économies d'énergie. Un objectif tel que celui-là peut être un indicateur valable du succès du programme.

Les objectifs particuliers varieront selon la taille, le genre et l'emplacement de votre organisation et une série d'autres facteurs. Votre équipe de sensibilisation, avec le concours de la haute direction, devrait déterminer ce qui constitue des objectifs réalistes et réalisables; viser des cibles trop élevées peut avoir un effet démotivant si l'on ne peut les atteindre.

3.2 Établir des objectifs de sensibilisation

Un objectif moins tangible consiste à modifier les niveaux de sensibilisation et le comportement des utilisateurs des bâtiments. On peut comparer ces modifications au niveau de référence de la sensibilisation déterminé grâce au questionnaire (voir l'étape 2.2).



ÉTAPE 4

Élaborer un plan de communication

Sous-étapes

4.1 Déterminer les objectifs de communication
4.2 Évaluer les moyens de communication actuels
4.3 Déterminer les publics cibles
4.4 Prévoir les difficultés
4.5 Concevoir les messages
4.6 Déterminer les outils de communication

Une fois que vous avez bien compris les habitudes de consommation d'énergie au sein de votre organisation et que vous avez déterminé vos objectifs, vous pouvez commencer à élaborer votre programme de sensibilisation. Un plan de communication bien pensé et bien exécuté constitue l'outil principal pour la création d'un programme de sensibilisation efficace.

4.1 Déterminer les objectifs de communication

Pour assurer le succès de votre programme de sensibilisation, il est essentiel de préciser les objectifs de votre plan de communication. Une fois les objectifs généraux établis, vous pourrez communiquer plus facilement avec votre public. Revoyez vos objectifs généraux et déterminez ceux que vous pouvez atteindre par l'entremise de votre plan de communication. Pour connaître quelques objectifs d'un programme de sensibilisation type, veuillez vous reporter au texte ci-dessous.

Objectifs du plan de communication

- Aider les occupants des bâtiments à mieux comprendre l'importance de l'efficacité énergétique pour réduire les coûts d'exploitation et améliorer les conditions de travail.
- Promouvoir l'idée que les gestes de chacun contribuent au changement.
- Inciter les occupants à adopter – et à maintenir – un comportement favorisant l'efficacité énergétique.
- Déterminer les avantages économiques et environnementaux du programme de sensibilisation, non seulement pour votre organisation mais également pour la collectivité, le Canada et ailleurs.

4.2 Évaluer les moyens de communication actuels

L'évaluation des moyens de communication permet de voir comment votre organisation communique actuellement avec les occupants des bâtiments. L'utilisation des moyens actuels peut faciliter la communication selon un mode qui leur est familier. Vous pourriez également souhaiter déterminer des moyens novateurs de communiquer avec votre public cible.

Dressez l'inventaire des moyens de communication qui existent dans votre organisation. Nous présentons ci-dessous plusieurs exemples, mais votre organisation en a peut-être d'autres. Déterminez ensuite les meilleurs moyens de diffuser votre message. S'ils sont déjà en place, demandez-vous comment vous pourriez les mettre à profit.

Les moyens de communication interne d'une entreprise du secteur commercial ou d'un établissement public sont généralement les suivants :

- les comités;
- le personnel permanent et les réunions internes;
- les bulletins et les communiqués;
- les babillards;
- les affiches;
- le courriel;
- les réseaux en direct;
- l'intranet;
- les « téléscripteurs de nouvelles » au sujet de l'efficacité énergétique sur le site Web de l'organisation;
- les avis accompagnant le chèque de paie;
- le contact personnel (de bouche à oreille).

Une fois que vous connaissez les meilleurs moyens de transmettre l'information au sein de votre organisation, évaluez l'efficacité de chacun d'eux. Interrogez à ce sujet les gens qui vous entourent. Les employés remarquent-ils le babillard? Lisent-ils les bulletins? Participent-ils en grand nombre aux réunions du personnel? Examinez les données sur l'audience de votre service de communication interne afin de déterminer quels outils seraient les plus efficaces.

Pour chacun des moyens de communication retenus pour communiquer avec vos public cibles, répondez aux questions suivantes et consignez les réponses :

- **Qui sont les responsables?**
- Qui est le rédacteur en chef de votre bulletin?
- Qui organise les réunions internes?
- Qui est chargé des courriels à l'échelle de l'organisation?

- **Accepteront-ils d'être mis à contribution?**
- Pouvez-vous publier un article dans le bulletin?
- Peut-on inscrire le programme de sensibilisation à l'ordre du jour de la prochaine réunion interne?

- **Sous quelle forme devriez-vous soumettre l'information?**
- Devriez-vous soumettre sur disquette un article pour le bulletin?
- Combien de mots peut compter un avis accompagnant le chèque de paie?
- Pouvez-vous fournir de la documentation à une réunion ou quelqu'un devrait-il livrer le message en personne?

- **Y a-t-il des échéances particulières?**
- À quel intervalle distribue-t-on le bulletin?
- Quand faut-il remettre au rédacteur en chef les textes à publier dans le prochain numéro?

4.3 Déterminer les publics cibles

Comme vos messages et leur diffusion varieront selon les publics visés, il importe de reconnaître divers besoins, circonstances et questions et d'en tenir compte. Une définition précise de vos publics cibles vous permettra de concevoir des messages, des activités et des plans particuliers à chaque groupe.

Examinez vos publics primaire et secondaire. Le public primaire est formé des gens que vous voulez cibler pour votre campagne de sensibilisation. Il peut s'agir d'un seul groupe d'employés ou d'un groupe élargi d'utilisateurs des bâtiments.

S'adresser à un public cible indéfini

Les communications et la sensibilisation constituent une tâche difficile pour les administrateurs du Centre TD, dont les six tours de bureaux sont occupées par plus de 20 000 locataires. Comme les locataires ont une incidence considérable sur la capacité à gérer l'énergie, le Centre a tout intérêt à influer sur leur comportement en matière de consommation d'énergie. Pour que cette démarche porte fruit, le propriétaire doit convaincre un groupe hétérogène de locataires du mérite des méthodes d'économie d'énergie.

Pour influer sur le comportement des locataires, les gestionnaires du Centre TD et leur conseiller en énergie font appel à un large éventail d'outils de sensibilisation. Par exemple, ils proposent des maquettes d'étages entiers pour inciter les locataires à participer au programme, tiennent des réunions avec les membres de la haute direction des locataires, installent des bannières dans les couloirs et des panneaux dans les halls et distribuent des avis et des calendriers des améliorations du rendement énergétique.

Observez votre public cible en prêtant attention à sa taille et à son emplacement et établissez s'il est réparti dans plusieurs installations. Ces éléments vous aideront à déterminer les outils à utiliser pour communiquer avec lui. Il y a différents publics à envisager, entre autres :

- les employés;
- les occupants des bâtiments qui ne font pas partie de l'organisation;
- les étudiants;
- les fournisseurs de produits ou de services;
- les clients;
- les clients potentiels;
- le grand public.

Votre public secondaire se compose des personnes pour qui votre initiative peut présenter un intérêt du fait qu'elles seront en mesure de modifier leur comportement pour tenir compte de votre vision et l'appuyer. Ce public pourrait englober :

- les clients;
- les fournisseurs;
- les visiteurs;
- la collectivité locale;
- le grand public;
- les médias.

À l'étape 2, vous avez révisé les habitudes de consommation d'énergie de votre organisation. Grâce à cette information, vous pouvez déterminer votre public cible prioritaire. Par exemple, le personnel qui exploite les installations fixes aura plus d'influence sur la consommation d'énergie de votre organisation que les visiteurs ou les utilisateurs occasionnels. N'oubliez pas d'examiner tous les programmes et services.

4.4 Prévoir les difficultés

Les efforts de communication seront souvent mis à l'épreuve tout au long du projet. Le fait de prévoir dès le début les difficultés éventuelles vous permet d'être prêt au moment où elles surgissent. Quelques exemples sont présentés ci-dessous.

Difficultés en matière de communications

- Le personnel est préoccupé par l'urgence des exigences des services, le peu de temps alloué et les ressources financières limitées.
- On considère que le programme fournit peu d'avantages immédiats, tangibles et directs.
- Le personnel est sceptique quant aux avantages des pratiques d'efficacité énergétique.
- Ce ne sont pas tous les employés qui pensent que les gestes posés par chacun changeront quelque chose.

On rencontre les difficultés énumérées ci-dessus dans la plupart des établissements de santé. Des messages clairs constituent un outil efficace permettant de les surmonter. La section suivante contient de l'information sur la manière de concevoir des messages simples, axés sur votre public cible.

4.5 Concevoir les messages

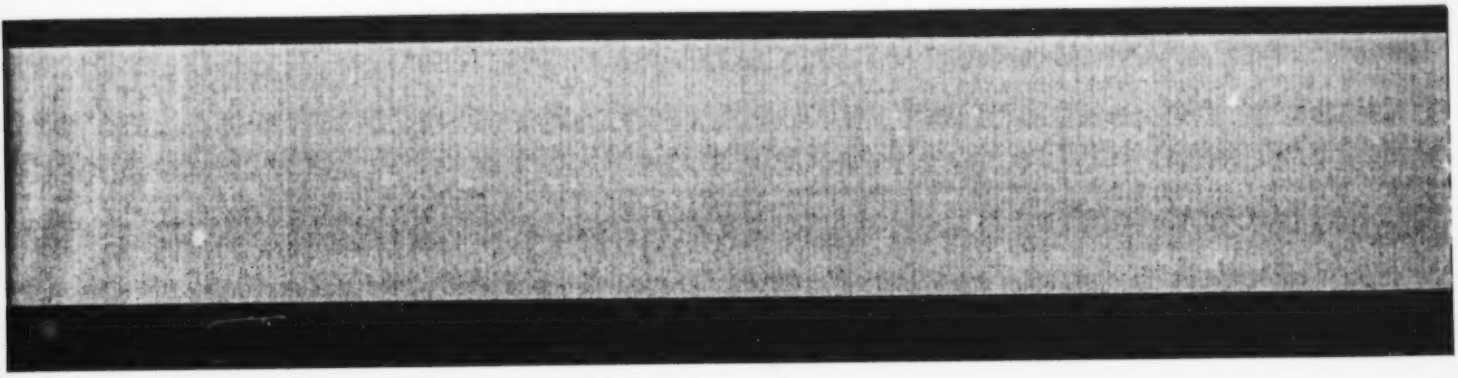
Les messages sont les idées les plus importantes que vous voulez transmettre. Une fois que vous comprenez ce que votre public doit savoir, vous pouvez élaborer des messages répondant spécifiquement à ces besoins. Lorsque vous concevez des messages, demandez-vous :

- à qui vous vous adressez;
- ce que vous direz;
- comment vous le direz.

Vos messages devraient mettre l'accent sur vos objectifs généraux et permettre d'informer votre public cible sur le rôle qu'il joue dans le programme.

CONSEIL Les gens consentent plus facilement à opter pour l'efficacité énergétique dans les cas suivants :

- ils comprennent les enjeux d'un point de vue personnel;
- ils connaissent les répercussions de l'utilisation que chacun fait de l'énergie;
- ils savent quelles mesures prendre pour apporter des changements;
- ils ne subissent pas d'inconvénients (par exemple, ils ne sont pas tenus de faire des choses qui prennent trop de temps).



Nous présentons ci-dessous une liste modèle des principaux messages que vous pouvez transmettre à votre public.

Messages à transmettre

- **Économisez l'énergie au travail.**
- **Économisez l'énergie à la maison.**
- **Les économies d'énergie n'entraînent pas nécessairement une diminution du confort des occupants.** Donnez aux employés l'assurance qu'ils ne « gèleront pas dans l'obscurité ». La réduction de la consommation d'énergie grâce à la modification des comportements et aux améliorations du rendement énergétique ne compromettra pas la qualité du milieu de travail.
- **Chaque personne peut contribuer au changement.**
- Chacun a un rôle à jouer.
- Le succès du projet dépend de l'apport de tous et chacun.
- Donnez des exemples de gestes simples que le personnel peut poser pour économiser l'énergie.
- Donnez de petits faits intéressants et instructifs sur les économies : « Si chaque personne de l'établissement éteint son ordinateur tous les soirs et les week-ends, cela pourrait permettre d'économiser environ XX $ par an. » [Évaluez le nombre d'ordinateurs et calculez les économies en comptant 75 $ par ordinateur.]
- Chaque personne devrait être fière des efforts réalisés en matière d'efficacité énergétique, et reconnue pour ses efforts.
- **Contribuez à protéger l'environnement.** L'amélioration de l'efficacité énergétique permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre au Canada qui contribuent aux changements climatiques.
- **Contribuez à la rentabilité, à la sécurité et à la collectivité.** L'efficacité énergétique peut accroître la productivité et la rentabilité et ainsi assurer la sécurité d'emploi et une hausse de la rémunération.

Comment rendre vos messages concrets

Les économies potentielles devraient se traduire par des avantages concrets que les gens comprennent clairement et qui s'appliquent au domaine d'activité de votre organisation. Par exemple, si l'éclairage représente de 5 à 10 p. 100 de la facture d'énergie de votre organisation, vos messages devraient mentionner que des économies de 10 p. 100, réalisées en éteignant les lampes qui ne sont pas nécessaires, pourraient permettre d'économiser chaque année un montant précis. Ces économies pourraient ensuite être associées à des éléments équivalents, comme des ressources pédagogiques, la rénovation du hall d'un hôtel, des postes d'employés de bureau ou de l'équipement neuf.

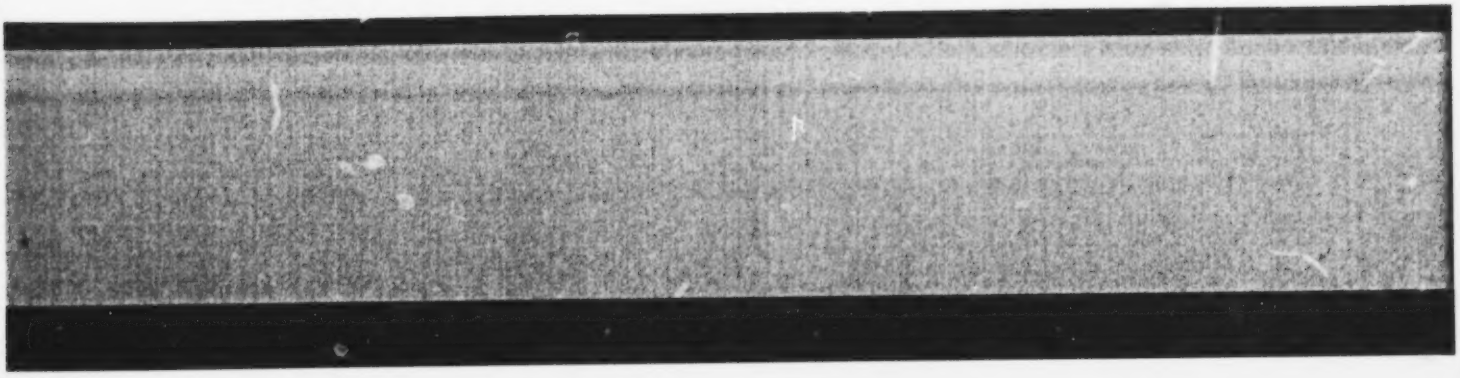
CONSEIL Les messages devraient être :

- simples
- brefs
- cohérents
- pertinents
- répétés souvent
- personnels
- marquants

N'oubliez pas d'avoir recours à un langage simple dans vos documents :

- Vos publics cibles ont divers antécédents culturels et linguistiques; adaptez vos messages et vos documents en conséquence. Par exemple, il peut être nécessaire de traduire les messages en plusieurs langues.
- Dites les choses simplement, mais répétez-les souvent.

Découvrez si des projets d'amélioration du rendement énergétique sont en cours ou prévus dans votre organisation. Communiquez avec votre service du génie ou d'exploitation des installations afin de connaître la quantité d'énergie économisée. Utilisez les messages transmis pour associer les économies réalisées grâce à ce programme de gestion de l'énergie élargi à d'autres économies que le personnel pourrait faire en modifiant ses habitudes d'utilisation de l'énergie.



Ce qu'ils ont réalisé...

La Peninsulas Health Care Corporation a utilisé des messages concrets pour convaincre. Par exemple, un des conseils en matière d'énergie publiés dans le bulletin des employés précisait qu'un robinet qui fuit, à un rythme d'une goutte par seconde, occasionne une perte de 796 litres (175 gallons) d'eau chaque mois, ce qui non seulement gaspille de l'eau mais également l'énergie servant à la chauffer. Un autre conseil utile suggérait qu'une réduction de la consommation d'électricité de seulement 50 kWh par jour permettrait d'économiser entre 1 500 $ et 2 000 $ par année.

4.6 Déterminer les outils de communication

Les outils de communication permettent de livrer des messages clés à vos publics cibles. Ils peuvent servir à informer les employés sur la manière dont ils peuvent participer. La sélection d'outils de communication efficaces dépend de divers facteurs, notamment de la complexité du message, du genre de publics cibles, de la taille de l'organisation et des mécanismes de communication actuels. Nous présentons ci-dessous certains outils de communication que vous aimeriez peut-être envisager. Il se peut également que votre organisation dispose d'autres outils.

Exemples d'outils de communication

DOCUMENTS IMPRIMÉS

Bulletins

Les bulletins représentent une approche peu coûteuse qui peut servir régulièrement à renforcer votre message. Ils permettent de présenter au personnel et aux autres occupants du bâtiment les réussites et les éléments qui doivent être améliorés. Une série de bulletins serviraient de rappel et permettraient de maintenir l'élan. Les bulletins peuvent servir à diverses étapes de votre programme de sensibilisation, être distribués par voie électronique à très peu de frais et produits sous forme de copie papier.

CONSEIL Les bulletins sont pratiques pour fournir l'information et présenter des faits. Ils sont extrêmement efficaces lorsque les messages sont liés à des activités courantes de votre organisation ou de la collectivité.

Dépliants et brochures
Les dépliants et les brochures peuvent fournir plus de renseignements que les bulletins. Ils peuvent avoir un objectif particulier comme la présentation de messages sur les « modes d'emploi ». En outre, les dépliants et les brochures sont souvent offerts gratuitement par diverses sources, notamment l'OEE de RNCan. Ces outils de communication peuvent permettre de traiter une vaste gamme de sujets liés à l'efficacité énergétique.

Bulletins d'affichage
Plus succinct que le bulletin d'information ou la brochure et moins formel que le communiqué, le bulletin d'affichage est un outil efficace pour transmettre rapidement l'information au personnel et aux autres occupants des bâtiments. Il peut s'agir de matériel imprimé ou de messages électroniques. On peut afficher les copies papier sur les babillards et les placer dans d'autres endroits bien visibles.

Communiqués
Les communiqués à l'intention des médias locaux peuvent servir à annoncer votre programme de sensibilisation et à promouvoir les activités spéciales et les résultats. La couverture médiatique permettra d'encourager les membres du personnel et les fera participer au programme de gestion de l'énergie de votre organisation.

Un pas de plus

Pour susciter une action en faveur de la protection de l'environnement au sein de l'industrie, les hôtels Fairmont ont créé à l'intention de leurs employés et de tous ceux qui souhaitent aider à protéger l'environnement le *Guide du partenariat environnemental*, qui en est maintenant à sa deuxième édition. D'après l'un des environnementalistes les plus éminents en Amérique du Nord, David Suzuki, ce guide détaillé est un exemple concret des mesures que peuvent prendre les entreprises pour faire participer leurs employés à une démarche dont ils peuvent être fiers. C'est bon pour les affaires, pour le moral et pour la planète.

Pour en apprendre davantage sur le *Guide du partenariat environnemental*, communiquez avec le Bureau des affaires environnementales de Fairmont par téléphone au (416) 874-2600 ou par courriel à l'adresse environment@fairmont.com.

Ce qu'ils réalisent...

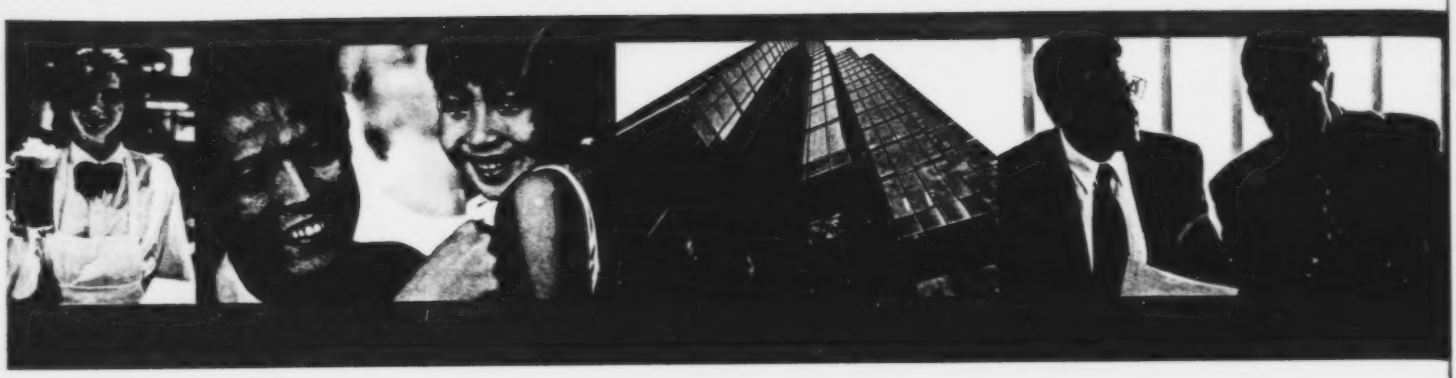
Au cours d'une campagne-éclair d'économie d'énergie, l'Université d'Ottawa a publié dans le journal du campus des articles sur le sujet une fois par mois pendant deux à cinq mois. Elle a aussi aménagé un stand de démonstration où des affiches et des éléments graphiques livrent de l'information sur l'énergie.

Ce qu'ils ont réalisé...

Le groupe Entretien du matériel de soutien avions et des installations d'Air Canada a publié un communiqué de presse en novembre 2001 pour promouvoir sa nouvelle campagne de sensibilisation à la consommation d'énergie, l'aidant ainsi à bien démarrer et à poursuivre sur sa lancée. On peut consulter ce communiqué sur le site Web de la société à l'adresse www.achorizons.ca/fr/issues/2001/november/energie_awareness.htm.

Affiches
Les affiches attirent l'attention et sensibilisent. Elles peuvent servir à annoncer les ateliers ou les conférenciers invités ainsi que les progrès réalisés. Elles peuvent également favoriser la participation et donner de l'élan. Placées dans des zones d'affluence, telles que les cafétérias, les entrées, les boutiques de cadeaux, les salles d'attente et les ascenseurs, les affiches devraient présenter une idée ou un message simple et direct.

BC Hydro propose plusieurs conseils sur la sensibilisation à l'économie d'énergie que votre organisation peut utiliser dans son matériel imprimé. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site Web des conseils de BC Hydro sur le sujet à l'adresse **www.bchydro.bc.ca/business/investigate/investigate1256.html** (en anglais seulement). Pour des renseignements en français, vous pouvez consulter le site Web de l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME) à l'adresse **aqme.org**.



CONSEIL Associez-vous à une école secondaire ou à un collège de votre région en faisant participer les étudiants en arts des médias à la création d'affiches ou d'autres documents pour votre programme de sensibilisation. Ce genre de collaboration vous aide non seulement à produire des affiches à peu de frais, mais permet également de faire participer la collectivité locale.

Enseignes et autocollants
Vous pouvez placer des enseignes et des autocollants sur l'équipement, les lampes et les thermostats, ou à proximité de ces appareils, afin de faire penser aux utilisateurs de les éteindre lorsqu'ils ne s'en servent pas. Toutefois, appliqués sur l'équipement s'éteignant automatiquement ou activé par capteur, les autocollants seront inutiles.

Chevalets
Les chevalets peuvent servir à donner de l'information à jour sur les programmes d'économie d'énergie et d'argent. Ils servent également de rappel et encouragent une meilleure participation. Vous pouvez placer ces chevalets dans les salles d'attente ainsi que sur les tables des cafétérias et des entrées, sur les caisses enregistreuses ou les écrans d'ordinateur.

CONSEIL Peut-être aimeriez-vous inviter un expert externe qui vous aiderait à choisir le personnel de votre stand et à répondre aux demandes de renseignements. L'OEE met du personnel à votre disposition et peut fournir de l'information et des conseils sur une vaste gamme de sujets relatifs à l'efficacité énergétique. Pour plus d'information, consultez la section « En apprendre davantage », à la fin de ce guide.

Avis accompagnant le chèque de paie
Vous pouvez insérer des rappels et d'autres renseignements utiles dans les enveloppes de chèques de paie des employés.

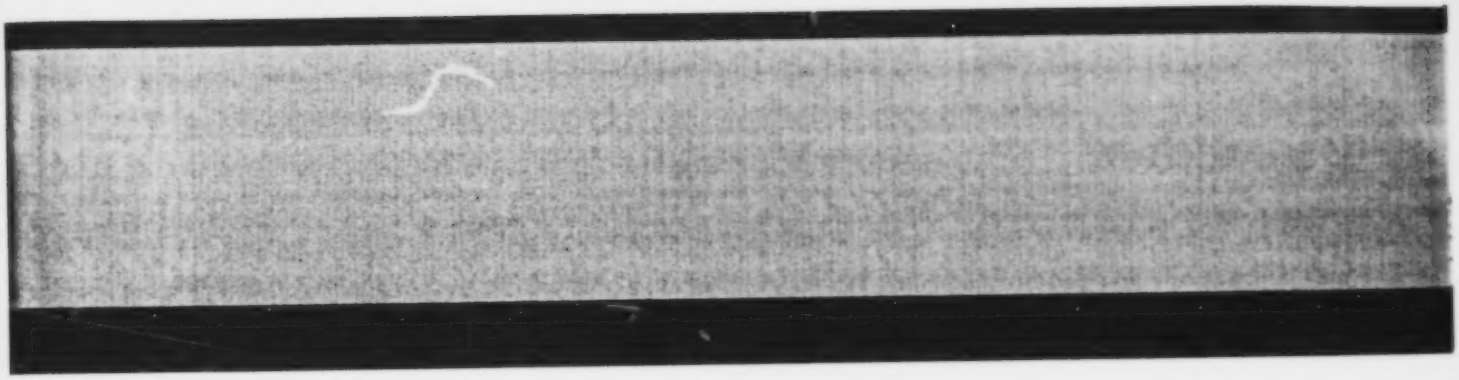
Présentoirs et stands
Les présentoirs, les stands ou les babillards placés dans des zones d'affluence, telles que les cafétérias et les aires de travail, peuvent servir à promouvoir le programme et à transmettre des messages détaillés et complets. Ils devraient être simples, clairs, attrayants et créatifs et présenter un contenu visuel marquant (couleur, graphiques, etc.).

Des membres compétents de votre équipe, capables de répondre aux questions sur votre campagne et sur l'efficacité énergétique en général, devraient être présents aux stands. Les présentoirs et les stands donnent également l'occasion de distribuer de l'information provenant d'autres sources comme des sociétés de gestion de l'énergie et des services publics locaux. Les stands, les présentoirs et les babillards peuvent également être des outils de communication efficaces pour des activités spéciales ou servir régulièrement à maintenir le niveau de sensibilisation dans l'établissement.

Trousses d'information à l'intention des nouveaux employés
Afin de faire participer les nouveaux employés aux activités d'efficacité énergétique de votre organisation, vous pourriez les en informer dans le cadre de leur orientation.

Une fois que vous avez élaboré votre plan de communication et déterminé quels outils répondent le mieux aux besoins de votre organisation, vous êtes prêt à produire vos documents. Vous trouverez ci-après certains éléments dont il faudra tenir compte.

Élaboration des documents
- Assurez-vous que les textes sont bien écrits avant de les diffuser. Cette précaution s'applique tant au contenu qu'à la traduction en d'autres langues.
- Utilisez les ressources internes – ayez recours à des personnes ayant de l'expérience en communication qui vous aideront à rédiger, à concevoir et à préparer votre maquette.
- Obtenez l'approbation écrite du contenu avant de commencer la production.



Impression des documents

- **Ayez recours aux ressources de conception et aux installations d'impression internes, le cas échéant.**
- **Pensez à une production permettant de respecter l'environnement, par exemple :**
- utilisez du papier dont la proportion de contenu recyclé est acceptable;
- choisissez du papier mat;
- assurez-vous de faire des impressions ou des copies recto verso;
- évitez les « fonds perdus » et les formats de papier non standards.

Si vous avez recours à un imprimeur externe, n'oubliez pas les aspects énumérés ci-dessous :

- La qualité du travail, l'établissement des prix et la capacité de respecter vos échéances devraient être vos préoccupations premières.
- Prévoyez suffisamment de temps pour pouvoir respecter vos échéances.
- Vous devrez fournir de l'information sur les dimensions de la publication, le papier nécessaire, le nombre de plis, les couleurs d'encre et les quantités dont vous avez besoin.
- Demandez une copie des épreuves ou les « bleus » avant que les documents soient imprimés. Les épreuves ou les « bleus » constituent essentiellement un exemple de l'apparence de votre produit fini. Imprimés sur du papier spécial, tous les textes et toutes les photos apparaissent en diverses nuances de bleu. Vérifiez-les avec soin – c'est votre dernière chance de corriger les erreurs. Après cette étape, les corrections deviennent très coûteuses.

CONSEIL Attention! Bien que l'utilisation d'articles promotionnels soit fréquente, il ne faut produire et utiliser ces articles qu'après avoir bien considéré leur valeur.

Lorsque vous prévoyez utiliser des articles promotionnels, assurez-vous qu'ils aient du caractère pour qu'ils se distinguent. Une marque solide, que l'on peut facilement reconnaître, renforcée par un symbole, un slogan, un style ou une couleur, ainsi qu'une présentation uniforme aideront votre public à s'identifier à votre programme et à ses divers composants.

Articles promotionnels

Vous pouvez vendre des articles promotionnels, tels que des insignes, des tee-shirts, des tasses, des autocollants et des casquettes, les offrir en prix ou par tirage au sort. Ces articles aideront à motiver le personnel et serviront de rappel. Ils peuvent également aider à faire reconnaître votre message.

Au lieu d'articles promotionnels traditionnels, vous pouvez offrir en prix ou en récompense, pour avoir participé à des activités spéciales, des dispositifs permettant d'économiser l'énergie, tels que des ampoules à faible consommation d'énergie, des aérateurs de robinets et des thermostats programmables. Ces types de produits peuvent être mieux adaptés aux objectifs d'ensemble de votre programme et inciter les participants à penser en termes d'efficacité énergétique.

Ce qu'ils ont réalisé...

La sensibilisation soutenue à l'économie d'énergie pose un problème particulier dans les universités en raison du roulement élevé des étudiants d'année en année. L'Université d'Ottawa accueille plus de 30 000 étudiants chaque année. Pour mobiliser le plus grand nombre d'étudiants possible, l'Université a mis sur pied le programme « Utilisation avisée des énergies », lequel comporte deux volets :

- diffusion de l'information grâce à des affiches et à des signets;
- service d'assistance téléphonique sur l'économie d'énergie, grâce auquel tout étudiant ou employé qui constate un gaspillage d'énergie peut communiquer avec le Service des immeubles. Un prix de 100 $ est attribué par tirage au sort chaque mois parmi les personnes qui ont signalé des cas de gaspillage.

ACTIVITÉS

Compétitions et défis

Les compétitions amicales entre services, programmes ou employés peuvent inciter le personnel à participer à votre programme de sensibilisation.

Idées de compétitions et de défis

- Déterminez quel service, programme ou employé peut réduire la consommation d'énergie le plus efficacement possible.
- Encouragez les suggestions permettant d'améliorer l'efficacité énergétique de façon créative.
- Créez une affiche, un poème, une chanson, un couplet publicitaire, une mascotte du programme ou un personnage inspiré de l'efficacité énergétique.
- Encouragez le transport favorisant l'économie d'énergie en récompensant les services qui comptent le plus grand nombre de personnes ayant recours au covoiturage ou au transport en commun.
- Réduisez l'utilisation de l'électricité pendant les heures de pointe en proposant aux employés de divers bâtiments de l'organisation des défis à relever.
- Organisez une compétition qui consiste à demander à un vérificateur de l'efficacité énergétique d'examiner diverses parties de l'organisation durant la nuit afin de s'assurer que les ordinateurs, les lampes et l'équipement qui ne sont pas utilisés ont été éteints. Vous pourriez décerner des prix aux groupes dont le comportement favorise le plus l'économie d'énergie.

CONSEIL Lorsque vous organisez une compétition ou un défi, affichez des avis indiquant les échéanciers et les prix dans les aires publiques ou publiez-les dans les bulletins d'information. Si possible, annoncez les prix afin de stimuler l'intérêt. Faites connaître les règlements et autres renseignements clés bien à l'avance. Dans les règlements, vous pourriez préciser le nombre maximal de participants, les règles de participation, les noms des personnes-ressources et les directives générales.

Ce qu'ils ont réalisé...

Zellers, membre de Hbc, a offert une récompense de 1 000 $ aux associés de magasins de district qui, année après année, avaient obtenu les meilleurs résultats en matière d'efficacité énergétique. Le prix en argent a été remis à l'amicale des magasins gagnants. Au cours de la campagne, l'entreprise a versé 24 000 $ aux magasins qui avaient réalisé des économies d'énergie.

Le conseil scolaire régional de Cap Breton-Victoria, en Nouvelle-Écosse, a mis en place un programme pour inciter les élèves et les enseignants à trouver des façons d'économiser l'énergie et à les mettre en œuvre. Les classes se sont efforcées d'économiser de l'énergie et elles ont reçu un autocollant à l'effigie du bonhomme-sourire chaque jour où elles n'ont pas allumé les lumières. Les élèves de l'école gagnante ont produit une vidéo sur l'efficacité énergétique, dans laquelle ils récitaient un poème de la classe de troisième année. Grâce à leurs efforts, l'école a reçu un ordinateur tout équipé, prêt à être branché à Internet.

Activités spéciales

L'organisation d'activités spéciales ou de journées et de semaines « thématiques » vous donne l'occasion de communiquer des renseignements détaillés aux employés et aux autres occupants des bâtiments et de les faire participer au programme. Les activités spéciales devraient être hautes en couleur et dynamiques et faire appel à une grande variété d'outils de communication. Elles peuvent inclure des activités particulières, telles que des loteries, des jeux-questionnaires et des tirages organisés dans les stands.

L'activité spéciale est une bonne occasion pour votre champion de l'efficacité énergétique de témoigner de sa participation à la campagne et de faire preuve de leadership en donnant l'exemple. On pourrait également profiter de cette occasion pour inviter une célébrité locale afin de favoriser la participation. Il faudrait promouvoir les activités au moins deux semaines à l'avance et envisager la diffusion d'un communiqué. Ces activités peuvent aider à attirer l'attention sur le programme et à montrer que la collaboration peut permettre d'atteindre un objectif commun.

Programmes de prix

Les programmes de prix permettent de donner et de soutenir l'élan. Ils suscitent également l'intérêt et encouragent le changement de comportement. Prévoyez une boîte à suggestions et

offrez des prix pour les meilleures solutions ou pour les solutions les plus innovatrices. Des jeux-questionnaires sur l'efficacité énergétique au travail et à la maison peuvent stimuler l'intérêt et la participation. Vous pouvez attribuer des prix pour le plus grand nombre de réponses exactes.

Il peut s'agir de petits articles, tels que des lampes fluorescentes compactes, des tee-shirts, des thermostats programmables et des aérateurs à faible débit, ou de prix plus importants, comme un appareil à faible consommation d'énergie (micro-ondes, lave-vaisselle, etc.). Sollicitez l'appui de commanditaires locaux pour obtenir des prix.

Séances d'information, ateliers spéciaux et exposés

Des séances d'information, telles que des ateliers et des exposés, fournissent des occasions de s'informer sur l'efficacité énergétique, de montrer comment l'organisation et les personnes peuvent en bénéficier et de démontrer des moyens pratiques d'économiser de l'énergie. Elles peuvent prendre la forme d'exposés, d'ateliers et de groupes de discussion ou d'une combinaison de ces approches. Ces séances peuvent être réalisées dans le cadre des activités de la Semaine de sensibilisation à l'énergie ou du Jour de la Terre de votre organisation.

Les rencontres des services et des comités donnent également l'occasion d'informer le personnel et de susciter la participation. Qui plus est, elles favorisent le dialogue. Les utilisateurs de l'établissement peuvent soumettre des idées visant à réduire l'utilisation de l'énergie, et toute question ou préoccupation peut être traitée immédiatement. Au cours des réunions, les exposés devraient être brefs et mettre l'accent sur les mesures à la portée de tous pour réduire les coûts d'énergie et sur les avantages qui en découlent.

CONSEIL Intéressez les enfants et les jeunes à votre initiative. Lancez des activités de sensibilisation à l'énergie ciblant les jeunes. Des concours de dessin ou de coloriage ou des projets conjoints peuvent générer du matériel pouvant servir à décorer votre organisation ou d'autres bâtiments de la collectivité, démontrer votre engagement actif et garder les participants occupés.

Ce qu'ils ont réalisé...

Le nombre d'initiatives réalisées à chaque propriété Fairmont va en augmentant – on en compte environ 200 à l'heure actuelle. Les hôtels Fairmont et les comités verts rivalisent pour se distinguer à ce chapitre et mériter le titre d'« hôtel environnemental de l'année ». Les dix membres du comité vert de l'hôtel ayant réalisé le plus grand nombre d'initiatives environnementales au cours d'une année reçoivent un « éco-échange » d'une semaine, toutes dépenses payées. Il n'est pas rare que les hôtels qui se classent au premier rang aient mis en œuvre plus de 100 initiatives en un an et le nombre total de gagnants à l'échelle de la chaîne dépasse largement la centaine.

En janvier 2001, Zellers, membre de Hbc, a lancé son programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique en présentant une série d'exposés de sensibilisation aux équipes de gestion de 326 magasins dans toutes les régions du pays. Les dirigeants des 12 à 15 magasins de chaque district – plus de 1 000 personnes au total – ont assisté à ces exposés dans un magasin de chacun des 24 districts. Les exposés présentaient le Service technique de Zellers ainsi que les entreprises de services d'efficacité énergétique et les conseillers en énergie. Ils analysaient les objectifs du programme et fournissaient de l'information sur les améliorations techniques prévues.

Bien que le sujet de l'efficacité énergétique soit sérieux, au Health Sciences Centre de Winnipeg, au Manitoba, on croit que l'approche utilisée dans le cadre du programme de sensibilisation ne doit pas nécessairement l'être. Afin d'atteindre ses objectifs, le comité de planification a proposé le recours à une mascotte pour rendre la campagne amusante et efficace. Le « lutin de l'énergie » (Energy Elf) est un personnage que le personnel peut facilement reconnaître et associer à l'efficacité énergétique. En outre, il aide à garder le message amusant et léger. Cette image apparaît sur les affiches et les papillons notocollants Post-it™, sur le site intranet du Centre et dans les présentoirs. De plus, elle figure régulièrement dans une chronique du bulletin du Centre.

Le lutin de l'énergie se présente également aux stands sur l'énergie et l'environnement et aux activités spéciales afin de sensibiliser davantage les gens à l'importance de l'efficacité énergétique dans l'établissement. Le personnel peut même faire des demandes spéciales pour que le lutin de l'énergie assiste à des activités particulières.

Pour voir le lutin de l'énergie du Health Sciences Centre de Winnipeg en pleine action, visitez le site **www.hsc.mb.ca/energy**.

ÉTAPE 5

Mettre en œuvre votre programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique

Après avoir planifié et préparé votre programme de sensibilisation, la prochaine étape consiste à diffuser le message. La mise en œuvre de votre programme de sensibilisation demande de l'énergie, de l'enthousiasme et de l'imagination.

La façon de mettre en œuvre ce programme dépend de vous. Vous pouvez choisir divers outils et activités et les intégrer à votre programme. Nul besoin que votre programme de sensibilisation soit compliqué pour porter des fruits. Vous pouvez simplement décider d'organiser quelques rencontres avec des consommateurs d'énergie clés, leur présenter des mesures et leur demander de faire des suggestions. Vous pouvez également publier quelques articles dans le bulletin de votre organisation. Même le plan le plus simple peut vous aider à commencer et à avoir une influence.

5.1 Lancer le programme

Lancez votre programme de sensibilisation dans le cadre d'une activité spéciale, d'un exposé ou d'un atelier afin de susciter l'enthousiasme. Pour marquer ce lancement, lancez un défi consistant à déterminer combien d'employés peuvent se rendre au travail en utilisant le moins de véhicules possible. Vous pouvez également organiser un concours visant à savoir qui peut suggérer la meilleure idée pour économiser de l'énergie au sein de l'organisation.

CONSEILS

- Annoncez le lancement de votre programme au moins deux semaines à l'avance à l'aide d'affiches, de bulletins d'information et d'autres outils.
- Commencez en utilisant quelques-uns des outils de communication qui, selon vous, vous en donneront « le plus pour votre argent ».
- Apprenez par expérience et adaptez votre programme au fur et à mesure. Par exemple, si les affiches ne suscitent pas d'intérêt, il peut être plus efficace de faire un exposé lors d'une réunion afin de promouvoir votre message.
- Comme la sensibilisation est un « travail en constante évolution », maintenez l'élan en répétant votre message fréquemment et en utilisant des outils différents au cours d'une période prolongée.
- Sachez que les programmes de sensibilisation sont plus efficaces lorsqu'ils sont liés à des modifications que le personnel peut constater. Si vous planifiez des améliorations visant l'efficacité énergétique de votre organisation, lancez vos programmes de sensibilisation au début des travaux et poursuivez jusqu'à ce qu'ils soient terminés.

ÉTAPE 6

Évaluer votre programme

L'évaluation de votre programme de sensibilisation par rapport aux objectifs de départ vous aidera à déterminer son efficacité – ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas et les outils et activités servant le mieux à encourager les changements de comportement. Des évaluations continues tout au long de votre campagne permettent d'obtenir l'information requise afin d'adapter votre programme et de planifier les activités à venir pour obtenir les résultats escomptés.

6.1 Adopter une approche d'évaluation

Une fois votre programme en cours, la comparaison des variables décrites à l'étape 2 par rapport à la nouvelle information recueillie vous permettra de vous rendre compte s'il est sur la bonne voie. Selon votre approche, vous pourrez réaliser différents types d'évaluations. La plupart des approches peuvent être classées comme quantitatives ou qualitatives.

CONSEIL Adoptez l'approche qui, selon vous, vous permettra d'obtenir l'information la plus exacte ou utilisez une combinaison de méthodes afin d'effectuer une évaluation plus complète de votre programme.

Évaluations quantitatives

Les évaluations quantitatives se rapportent aux objectifs, aux faits mesurables et aux nombres. Les questions posées sont « quoi? » et « combien? », plutôt que « pourquoi? ».

Options relatives aux évaluations quantitatives

- Comparez vos factures d'énergie avant, pendant et après votre programme de sensibilisation. Demandez à votre conseiller en services énergétiques ou au service d'exploitation de votre établissement de vous fournir régulièrement cette information.
- Une diminution de vos coûts d'énergie pourrait signifier que votre programme fonctionne. Examinez si d'autres facteurs pourraient avoir influencé la consommation d'énergie, notamment des améliorations techniques, la cessation des activités d'une partie de l'organisation ou l'installation d'équipement neuf.
- Comme on le suggère à l'étape 2, distribuez des questionnaires de sensibilisation avant et après votre campagne afin de déterminer si les connaissances et la sensibilisation du personnel en matière d'efficacité énergétique ont changé. Une sensibilisation accrue démontrera dans quelle mesure votre programme a été efficace. Vous pouvez distribuer les questionnaires en les joignant aux chèques de paie ou les faire remplir par des personnes ou des services en particulier.

CONSEIL Parlez avec votre conseiller en services énergétiques de la consommation d'énergie et demandez-lui comment tenir compte des variables, telles que les modifications des conditions météorologiques ou de l'utilisation des bâtiments au fil des ans.

Évaluations qualitatives

Les évaluations qualitatives sont souples parce que les répondants peuvent donner plusieurs réponses aux questions, qui sont souvent ouvertes. Elles fournissent également de l'information détaillée puisqu'elles permettent de poser des questions plus approfondies du genre « qu'en pensez-vous? », « pourquoi pensez-vous ainsi? » et « que suggérez-vous? ».

Les évaluations qualitatives nécessitent parfois des échanges interpersonnels, notamment des entrevues ou des questionnaires individuels, ou elles peuvent être réalisées de façon plus impersonnelle. Selon la taille de votre organisation, vous pouvez cibler un certain groupe de personnes ou sélectionner des gens au hasard parmi le personnel jugé représentatif.

Options relatives aux évaluations qualitatives

- Préparez un court questionnaire et demandez aux cadres supérieurs d'en distribuer des exemplaires aux participants ou à des personnes en particulier. Demandez aux répondants de remplir le questionnaire et de le remettre dans un temps déterminé.
- Distribuez le questionnaire à un stand lors d'une activité ayant pour thème l'efficacité énergétique ou à l'heure du déjeuner. Prévoyez suffisamment d'espace pour que les répondants puissent remplir le questionnaire sur place et le remettre immédiatement.
- Organisez des sondages directs auprès des visiteurs.
- Posez des questions lors d'une réunion et sollicitez des commentaires.

Vous pouvez également réaliser une analyse qualitative de manière informelle en demandant aux occupants des bâtiments ce qu'ils pensent de l'efficacité énergétique et du programme de sensibilisation en général. À partir des résultats de ces sondages informels, vous pourrez évaluer le niveau général de sensibilisation à l'efficacité énergétique de votre groupe.

CONSEILS

- Améliorez le taux de réponse à votre évaluation en encourageant les gens à y participer, notamment par des prix peu coûteux ou des bons offerts par des commanditaires.
- Demandez l'aide des élèves d'une école secondaire ou des étudiants d'un collège de votre région pour faire remplir les questionnaires. L'approche faisant intervenir des tiers peut entraîner un meilleur taux de réponse.

Il est parfois difficile de quantifier les résultats de la campagne de sensibilisation, mais vous souhaiterez peut-être envisager quelques approches, par exemple :

- des lectures de compteur régulières dans un échantillon de bâtiments occupés principalement pendant les heures de bureau;
- des sondages téléphoniques auprès du personnel au moment du lancement du programme et un an plus tard;
- des sondages avant et après la campagne afin de mesurer l'évolution du degré de sensibilisation du personnel.

ÉTAPE 7

Suivre les progrès et rendre compte des résultats

Votre évaluation vous permettra d'obtenir des données quantitatives sur les habitudes de consommation de l'énergie au sein de votre organisation au fil des ans. Le fait d'annoncer publiquement les progrès de votre programme de sensibilisation permettra d'en améliorer l'efficacité, en faisant savoir que les participants peuvent contribuer au changement et que, dans les faits, ils le font.

Afin de renforcer votre message, donnez régulièrement de l'information à jour au personnel et aux utilisateurs de vos bâtiments par l'entremise d'articles dans les bulletins d'information et de présentoirs, ainsi que lors de réunions de gestion. Les comptes rendus vous aideront à montrer l'importance de la collaboration et de la participation individuelles.

CONSEILS

- Montrez l'évolution à l'aide de graphiques à barres ou à secteurs faciles à lire et d'exemples concrets.
- Incluez de l'information sur la quantité d'énergie et les montants d'argent que votre campagne a permis d'économiser et expliquez les incidences positives sur l'environnement.
- Présentez l'information de façon à ce que votre public se sente concerné. Par exemple, mentionnez les montants d'argent économisés au cours d'une année et comparez-les aux coûts des salaires ou de l'équipement neuf.
- Affichez partout et régulièrement l'information à l'aide des babillards, des sites Web et des bulletins d'information.
- Envoyez des rapports d'étape réguliers à la haute direction afin de la tenir informée et de conserver son soutien. Les rapports devraient être brefs, énumérer les activités de sensibilisation, mettre l'accent sur les économies réalisées et présenter tout autre résultat positif lié à la campagne.

ÉTAPE 8
Effectuer le suivi

Sous-étapes

8.1 Renforcer le message
8.2 Adapter l'approche
8.3 Faire connaître les réussites

8.1 Renforcer le message

Lorsque votre programme de sensibilisation bat son plein, vous pouvez passer à votre objectif de réduction de la consommation d'énergie. Rappelez-vous que la sensibilisation est une tâche en constante évolution – pour maintenir l'intérêt et l'élan, continuez à renforcer votre message fréquemment en utilisant divers outils, notamment des articles dans le bulletin de votre organisation et des comptes rendus sur les babillards et au cours des réunions.

8.2 Adapter l'approche

Pendant le déroulement de votre campagne, vous pouvez adapter les éléments de votre programme afin de mieux répondre aux besoins de votre organisation. Utilisez l'information découlant de vos évaluations et de vos observations pour réorienter votre campagne, au besoin. Si vous prévoyez une deuxième phase ou une campagne de suivi, assurez-vous d'utiliser l'information découlant de vos évaluations. Quels sont les outils qui fonctionnent bien? Que pouvez-vous améliorer? Y a-t-il de nouveaux moyens de diffuser l'information concernant le programme? Comment pouvez-vous actualiser le message? Par exemple, si vous avez publié des articles dans le bulletin afin de promouvoir la sensibilisation à l'efficacité énergétique et que votre suivi démontre que la sensibilisation ne s'est pas accrue, vous pourriez envisager d'avoir recours à un autre outil ou de redéfinir votre message.

Il importe de renforcer aussi souvent que possible le message de l'efficacité énergétique, ce qui aidera à maintenir l'influence de votre programme, à renforcer les nouveaux comportements et à générer l'amélioration continue de votre programme dans son ensemble.

8.3 Faire connaître les réussites

Dans le cadre du suivi, il est essentiel de fournir aux publics interne et externe un compte rendu des réussites de votre programme. Fêtez vos réalisations et reconnaissez le rôle important qu'ont joué vos employés et les autres utilisateurs des bâtiments dans la réduction de l'utilisation de l'énergie. Votre organisation pourrait décider d'utiliser une partie de l'argent économisé pour acheter de l'équipement neuf ou financer un « dîner pizza » ou toute autre activité que les participants apprécieraient.

EN APPRENDRE DAVANTAGE

Ressources supplémentaires pour vous aider à démarrer votre programme

Les sites qui suivent sont en anglais seulement. Pour des renseignements en français, vous pouvez consulter le site Web de l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME) à l'adresse **aqme.org**.

Le site Web de BC Hydro présente son programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique Power Smart. Il propose des études de cas, des conseils et des outils qui vous aideront dans votre démarche. Pour en apprendre davantage, consultez le site **www.bchydro.bc.ca/business/investigate/investigate882.html**.

Bien qu'il s'adresse aux institutions fédérales, le programme fédéral de gestion de l'énergie mis en œuvre par le département de l'Énergie des États-Unis offre un éventail de stratégies et de ressources qui peuvent aider votre organisation. Pour obtenir plus d'information, consultez le site **www.eere.energy.gov/femp/yhtp/strategies.html**.

Le site Action Energy du Royaume-Uni propose aux entreprises et aux organisations du secteur public un éventail de produits et services pour les aider à réduire leur consommation d'énergie. On y trouve toute une gamme de renseignements à ce sujet, qu'il est possible de télécharger gratuitement. On trouvera une liste des publications de sensibilisation à l'énergie dans le site Action Energy à l'adresse **www.actionenergy.org.uk/ActionEnergy/Search/default.asp**.

Pour obtenir de l'information en vue de mener une campagne de sensibilisation à l'efficacité énergétique dans un établissement post-secondaire, il suffit de consulter la page Web du Rensselaer Polytechnic Institute consacré à ce sujet, à l'adresse **www.eere.energy.gov/femp/yhtp/strategies.html**.

On peut aussi visiter le site Web du programme de sensibilisation à l'efficacité énergétique du département de la Marine des États-Unis, à l'adresse **energy.navy.mil/awareness/guide/guide-6.html**.

L'OEE de RNCan met à votre disposition des ressources supplémentaires afin de vous aider à concevoir et mettre en œuvre le programme de sensibilisation de votre établissement. Il vous offre de l'information à profusion pour vous aider à devenir plus soucieux de l'efficacité énergétique à la maison, au travail et sur la route.

Pour obtenir plus d'information

Initiative des Innovateurs énergétiques
Office de l'efficacité énergétique
Ressources naturelles Canada
580, rue Booth
Ottawa (Ontario) K1A 0E4

Téléphone : (613) 947-0971
Télécopieur : (613) 947-4121

Courriel : **info.services@rncan.gc.ca**

Site Web : **oee.rncan.gc.ca/iie**

Engager les Canadiens sur la voie de l'efficacité énergétique
à la maison, au travail et sur la route

L'Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada renforce et élargit l'engagement du Canada envers l'efficacité énergétique afin d'aider à relever les défis posés par les changements climatiques.

Canada